Chuyển đổi số chính là "chiếc đũa thần" giúp doanh nghiệp có thể triển khai triết lý kinh doanh "Trong thế giới ngày nay không phải cá lớn nuốt cá bé mà cá nhanh nuốt cá chậm".

[**THS VŨ TUẤN ANH,** *Chuyên gia chuyển đổi số - khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo*]

Chuyển đổi số và chiến lược doanh nghiệp

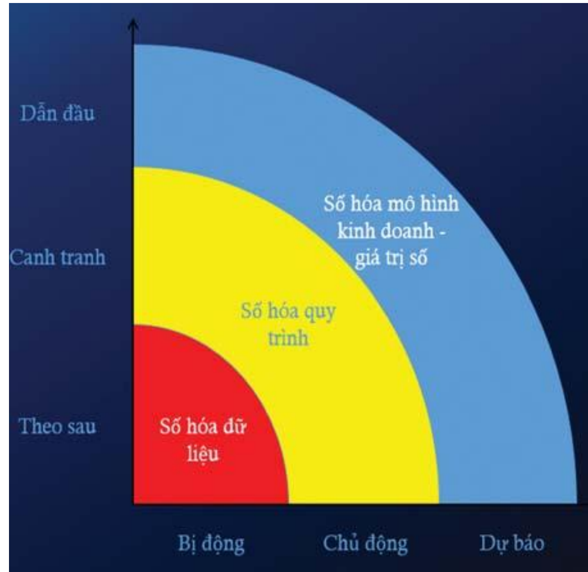
Đánh giá giá trị tương lai của chuyển đổi số trong doanh nghiệp rất khó khăn thông qua nhìn lại bài học từ Grab và taxi công nghệ.

Câu chuyện của Grab

Đứng ở góc độ hiện tại, cách tiếp cận chuyển đổi số của Grab từ đánh giá của các chủ hãng taxi truyền thống rất mạo hiểm trong kinh doanh. Do vậy, các hãng taxi Việt Nam kiên quyết không đầu tư cho tới sau khi Grab đã chứng tỏ các giá trị đổi mới mô hình kinh doanh.

Grab không chỉ là app đặt xe, mà còn là siêu app với các sản phẩm và dịch vụ bao gồm cơ sở dữ liệu khách hàng; thói quen sử dụng app; nền tảng cơ sở hạ tầng dữ liệu; bộ máy vận hành.

Trên thực tế, khung giá trị mang tới cho doanh nghiệp có thể chia làm hai loại ngắn hạn và dài hạn. Các giá trị ngắn hạn bao gồm cắt giảm chi phí, gia tăng thỏa mãn khách hàng, gia tăng năng suất … thường đi chung với các chương trình cải tiến hoặc chuyển đổi. Các giá trị ngắn hạn này thường thể hiện rất rõ thông qua các phân tích trước và sau cải tiến dựa trên những số liệu thực địa rất dễ dàng đo đếm. Trái lại, các chương trình chuyển đổi như chuyển đổi số nhằm thay đổi toàn bộ hệ thống, mô hình kinh doanh, dịch vụ/sản phẩm tới khách hàng… thường rất khó lượng hóa. Lý do quan trọng nhất của việc khó lượng hóa đó là chúng ta không thể dùng tư duy hiện tại để định lượng tương lai hoàn toàn khác hiện tại như trong ví dụ Grab ở trên.



Tùy theo triển khai các cấp độ chuyển đổi số khác nhau, doanh nghiệp có thể đi theo, đáp ứng và dẫn đầu các thay đổi cạnh tranh.

Chúng ta có thể sử dụng 2 trục tọa độ: khả năng đáp ứng thị trường và khả năng nhân rộng/thay đổi doanh nghiệp để định vị giá trị chiến lược mà chuyển đổi số mang lại. Khả năng đáp ứng thị trường do chuyển đổi số mang lại thông qua 3 yếu tố chính: Dữ liệu; quy trình kinh doanh; và nền tảng làm việc số. Khả năng nhân rộng/ thay đổi doanh nghiệp, như mở rộng hay triển khai các dịch vụ sản phẩm mới thông qua các yếu tố: Kiến trúc số của doanh nghiệp; Năng lực phát triển sản phẩm/ dịch vụ số; Tái định hình chuỗi giá trị, ví dụ như mô hình nền tảng.

Chuyển hóa từ thụ động sang chủ động

Chuyển đổi số về mặt chiến lược giúp doanh nghiệp chuyển hóa từ thụ động- phản ứng sau với những gì trên thị trường và vận hành doanh nghiệp tới chủ động – theo dõi thời gian thực những gì xảy ra và cuối cùng dự báo – tiên đoán những gì sẽ xảy ra. Tại cấp độ chủ động, doanh nghiệp theo dõi những gì xảy ra, từ đó đưa ra các chiến lược cạnh tranh theo thời gian thực. Cuối cùng tại cấp độ dự báo, doanh nghiệp có thể tiên đoán các vấn đề xảy ra và đưa ra những chiến lược dẫn đầu nhằm đáp ứng và xử lý trước khi có các thay đổi trên thị trường. Như vậy, tùy theo các cấp độ chuyển đổi số, doanh nghiệp có thể đi theo, đáp ứng và dẫn đầu các thay đổi.

Cũng tương tự như vậy trong việc nhân rộng hoặc thay đổi quy mô doanh nghiệp. Nếu không có chuyển đổi số, doanh nghiệp khi nhân rộng rất khó khăn và luôn luôn phải đi theo sau do toàn bộ hạ tầng, cách thức vận hành cũng như cấu hình chuỗi giá trị là nằm trên không gian thực vật lý. Khi thay đổi, nhân rộng không gian thực vật lý sẽ đòi hỏi thời gian trễ để đáp ứng thị trường. Thông qua kiến trúc số, phát triển dịch vụ/ sản phẩm cũng như chuỗi giá trị số, doanh nghiệp có thể nhanh chóng tái cấu trúc, mở rộng, thêm mới hoặc nâng cấp cũng như cắt bớt quy mô và phạm vi hoạt động doanh nghiệp rất dễ dàng.

[Nếu không thực hiện chuyển đổi số, khi nhân rộng mô hình hoạt động, doanh nghiệp sẽ rất khó khăn và luôn phải đi theo sau do toàn bộ hạ tầng, cách thức vận hành cũng như cấu hình chuỗi giá trị nằm trên không gian thực vật lý.]

Từ bài học Grab cũng như mô hình đáp ứng thị trường và nhân rộng quy mô giúp cho chủ doanh nghiệp thấy rõ giá trị quan trọng nhất của chuyển đổi số- kiến tạo vị thế cạnh tranh. Doanh nghiệp không có các gien số như trong bài viết sẽ rất khó tạo ra các chiến lược cạnh tranh dẫn đầu vượt trước thị trường và đối thủ. Thiếu đi khả năng cảm nhận thị trường và năng lực thay đổi sẽ làm cho doanh nghiệp xơ cứng chậm thay đổi.▪

[TIN TỨC]

Việt Nam sắp có thêm mạng di động ảo mới

Công ty TNHH Dịch vụ số DIGILIFE Việt Nam vừa cho biết doanh nghiệp này vừa được cấp giấy phép thiết lập mạng viễn thông công cộng và cung cấp dịch vụ viễn thông. Theo đó, DIGILIFE VIệt Nam sẽ được phép thiết lập mạng viễn thông di động mặt đất không sử dụng băng tần số vô tuyến điện (mạng viễn thông di động ảo) trên phạm vi toàn quốc. Để thực hiện được kế hoạch này, doanh nghiệp này sẽ cần phải tuân thủ theo đúng các điều khoản về kết nối, kho số, tần số vô tuyến điện và các nghĩa vụ khác theo đúng quy định tại giấy phép.

Bình Thuận mở Cổng thông tin du lịch thông minh

Cổng thông tin du lịch thông minh tỉnh Bình Thuận được xây dựng với nền công nghệ tiên tiến nhất của cuộc cách mạng 4.0, như trí tuệ nhân tạo (AI), tham quan 3D thực tế ảo nhằm hỗ trợ cho du khách trải nghiệm và lựa chọn lịch trình yêu thích; đồng thời tăng cường quảng bá, xúc tiến hình ảnh du lịch tỉnh Bình Thuận bằng hình thức điện tử, công nghệ 4.0 đến với du khách trong nước và quốc tế. Ngoài ra, cổng thông tin còn cung cấp sản phẩm du lịch thông minh trên thiết bị di động cho các doanh nghiệp phát triển du lịch và khách du lịch trên địa bàn tỉnh Bình Thuận.